

**ANALISIS *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP
LOYALITAS MEREK SEPEDA MOTOR MATIC**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

VANIA CLARISSA
B 100 150 088

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
Jl. A. Yani TromolPos 1 Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417, Fax. 715448 Surakarta 57102
Website: <http://www.ums.ac.id> Email: Ums@ums.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama : Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si.

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul:

**ANALISIS *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS MEREK
SEPEDA MOTOR MATIC**

Oleh:

VANIA CLARISSA

B100 150 088

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, 12 November 2019
Pembimbing

(Dr. Anton Agus S. S.E., M.Si.)

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS MEREK
SEPEDA MOTOR MATIC**

Yang ditulis dan disusun oleh:

VANIA CLARISSA

B100 150 088

Penandatangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 12 November 2019
Pembimbing

(Dr. Anton Agus S. S.E., M.Si.)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H., S.E., M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura Tlp: (0271) 717417 Surakarta-57012

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **VANIA CLARISSA**

NIM : **B 100 150 088**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **ANALISIS *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP
LOYALITAS MEREK SEPEDA MOTOR MATIC**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 12 November 2019
Yang Membuat Pernyataan,



VANIA CLARISSA

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya kepada Allah lah hendaknya kamu berharap.

(Qs. Alam Nasyrah Ayat 6-8)

"Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak."

(Aldus Huxley)

"Orang-orang hebat di bidang apapun bukan baru bekerja karena mereka terinspirasi, namun mereka menjadi terinspirasi karena mereka lebih suka bekerja. Mereka tidak menyalahgunakan waktu untuk menunggu inspirasi."

(Ernest Newman)

"Selagi masih diberi waktu dan kesempatan yang baik, manfaatkan sebaik mungkin. Karena kita tidak tau kapan lagi kesempatan itu akan datang lagi."

(Penulis)

"Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh."

(Confusius)

"Tiadanya keyakinanlah yang membuat orang takut menghadapi tantangan; dan saya percaya pada diri saya sendiri."

(Muhammad Ali)

"Kecerdasan emosional, adalah kecerdasan dimana kita mampu menjadikan emosi dan kegagalan sebagai perasaan manusiawi untuk diubah menjadi perasaan positif yang dapat membangun semangat dan motivasi dalam diri kita."

(Penulis)

"Tidak ada jalan mudah menuju kebebasan, dan banyak dari kita akan harus melewati lembah gelap menyeramkan. Lagi dan lagi sebelum akhirnya kita meraih puncak kebahagiaan."

(Nelson Mandela)

PERSEMBAHAN

1. Untuk kedua orang tuaku Bapak Karsino, S.Sos., M.Si dan Ibu Hartiastuti Rahayu Puteri tercinta. Mereka adalah yang sampai saat ini dan insyaallah untuk selamanya tiada henti hentinya selalu memberiku semangat, doa, dukungan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tidak dapat tergantikan oleh apapun hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku. Kupersembahkan karya kecilku ini untuk kalian, untuk membalas semua pengorbanan dan perjuangan kerja keras dalam hidup kalian demi menggapai cita-cita dan masa depanku.
2. Untuk kedua adik saya Almira Calista dan Pradipta Mandala Putra terimakasih atas dukungan, semangat dan doa yang senantiasa ada untuk saya.
3. Sahabat-sahabatku dan teman-temanku tercinta.
4. Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis *brand experience* berpengaruh terhadap *satisfaction* (kepuasan) konsumen sepeda motor matic. Untuk menganalisis *brand experience* berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen sepeda motor matic. Untuk menganalisis *satisfaction* (kepuasan) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sepeda motor matic. Untuk menganalisis kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sepeda motor matic.

Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UMS di Surakarta yang menggunakan sepeda motor matic. Sedangkan sampel sebanyak 150 responden mahasiswa yang tersebar di Universitas Muhammadiyah Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang merupakan konsumen sepeda motor matic. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel *brand experience* berpengaruh signifikan terhadap *satisfaction* (kepuasan). Variabel *brand experience* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Variabel *satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Kata Kunci : *Brand Experience*, Kepuasan, Kepercayaan, Loyalitas

ABSTRACT

The purpose of this study to analyze brand experience has an effect on the satisfaction of consumers of automatic motorcycles. To analyze brand experience has an effect on consumer confidence in automatic motorcycles. To analyze satisfaction effect on consumer loyalty automatic motorcycle. To analyze trust has an effect on consumer loyalty in automatic motorcycles. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business (FEB) University of Muhammadiyah Surakarta in Surakarta who used automatic motorcycle. While a sample of 150 student respondents spread across the University of Muhammadiyah Surakarta Faculty of Economics and Business who are consumers of automatic motorcycles. While the sampling technique uses random sampling. Based on the results of this study prove that brand experience variables significantly influence satisfaction. Brand experience variable has a significant effect on trust. Variable satisfaction has a significant effect on loyalty. The trust variable has a significant effect on loyalty.

Keywords: Brand Experience, Satisfaction, Trust, Loyalty.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS MEREK SEPEDA MOTOR MATIC”**.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dr. Anton Agus S., S.E., M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan ilmu, semangat, dan membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Wiyadi, Drs., MM selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, nasehat serta pengarahan kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan banyak ilmu serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.
7. Papa dan Mama tercinta dengan segala rasa hormat dan rasa baktiku. Terimakasih atas doa yang selalu dipanjatkan untukku, cinta, perjuangan, kasih sayang, keikhlasan, bimbingan dan segala fasilitas yang diberikan untukku. Semoga kelak aku dapat membalas segala kebaikan ayah dan ibu.
8. Adik adik ku Almira dan Pradipta, juga keponakan ku Aulia yang selalu memberikan bantuan, doa dan support untukku sehingga dapat menjadikan semangat untukku dalam pembuatan karya ini.
9. Wasyim Ahmad Argadiraksa yang dalam proses pengerjaan karya ini memberikan semangat juga selalu menguji kesabarana saya. Sehingga melatih dan memberikan pelajaran bagi saya untuk terbiasa sabar dan gigih dalam proses mengerjakan karya saya, sehingga saya bisa menyelesaikan karya saya.
10. Sahabatku Wiwik, Shera, Alvin, Alvi, Panji, Mail, Alif, Irvan, Prio, Alfian, Yogi, yang selalu memberikan bantuan, doa, semangat dan dukungan untukku.
11. Sahabatku dikos Susi, yang selalu senantiasa memberikan ku semangat dan doa.
12. Sahabatku Ajeng, Laila, Latifah, Rosyid, Faiz, yang selalu memberikan semangat dan doa untukku.

13. Almamater UMS tercinta, tempat dimana memberikanku banyak pengetahuan dan mendapatkan banyak sahabat dan teman yang akan selalu mendukung dan melengkapi hari-hariku.


14. Terimakasih kepada semua pihak atas segala bantuan dan dukungannya yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri. Semoga skripsi ini bermanfaat kelak bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis dimasa depan. Aamiin.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 12 November 2019
Penulis



Vania Clarissa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. <i>Brand</i>	10
2. <i>Brand Experience</i> (Pengalaman Merek).....	14
3. Kepuasan Merek	18
4. Kepercayaan Merek	21
5. Loyalitas Merek	24
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Hipotesis	29
1. Hubungan <i>Brand Experience</i> dengan Kepuasan	29

	2. Hubungan <i>Brand Experience</i> Terhadap Kepercayaan....	30
	3. Hubungan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek	32
	4. Hubungan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek	33
	D. Kerangka Pikir	34
BAB III	METODE PENELITIAN	36
	A. Jenis dan Desain Penelitian.....	36
	B. Penentuan Populasi dan Sample	36
	1. Populasi.....	36
	2. Sampel	37
	C. Data dan Sumber Data	39
	D. Metode Pengumpulan Data.....	39
	E. Devinisi Operasional dan Pengukuran Variabel	40
	1. Variabel Independen X	40
	2. Variabel Dependen	43
	F. Teknik Analisis Data	43
	1. Analisis Statistik Deskriptif	43
	2. Uji Instrumen Penelitian	44
	3. Uji Regresi Linear Berjenjang	48
	4. Uji Ketepatan Model Penduga (Goodness of Fit).....	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
	A. Deskripsi Responden	53
	1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
	2. Karakteristik Berdasarkan Usia	54
	3. Karakteristik Berdasarkan Semester	54
	4. Karakteristik Berdasarkan Merek	55
	B. Pengujian Instrumen Penelitian	55
	1. Uji Validitas dan Reliabilitas	55
	2. Uji Asumsi Klasik.....	58
	3. Uji Hipotesis	61
	4. Uji F	65

	5. Nilai Koefisien Determinasi (R^2).....	66
	C. Pembahasan	68
	1. Pengaruh Variabel <i>Brand Experience</i> Terhadap <i>Satisfaction</i>	68
	2. Pengaruh Variabel <i>Brand Experience</i> Terhadap Kepercayaan.....	68
	3. Pengaruh Variabel <i>Satisfaction</i> Terhadap Loyalitas.....	69
	4. Pengaruh Variabel Kepercayaan Terhadap Loyalitas.....	69
BAB V	PENUTUP	71
	A. Kesimpulan	71
	B. Keterbatasan Penelitian.....	71
	C. Saran	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Semester Responden	54
Tabel 4.4 Karakteristik Merek Sepeda Motor.....	55
Tabel 4.5 Hasil Pengujian CFA	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Regresi Berjenjang Persamaan 1	61
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Regresi Berjenjang Persamaan 2	62
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Regresi Berjenjang Persamaan 3	62
Tabel 4.11 Hasil Uji t Persamaan 1.....	63
Tabel 4.12 Hasil Uji t Persamaan 2.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji t Persamaan 3.....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Uji Serempak) Persamaan 1	65
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Uji Serempak) Persamaan 2.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Uji Serempak) Persamaan 2.....	66
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Persamaan 1	67
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Persamaan 2	67
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Persamaan 3	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	59
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi kuesioner penelitian

Lampiran 3. Data SPSS